



**You have downloaded a document from
RE-BUS
repository of the University of Silesia in Katowice**

Title: Współczesny rynek książki dla dzieci i młodzieży

Author: Małgorzata Gwadera

Citation style: Gwadera Małgorzata. (2009). Współczesny rynek książki dla dzieci i młodzieży. W: K. Heska-Kwaśniewicz (red.), "Literatura dla dzieci i młodzieży (po roku 1980). T. 2" (S. 152-166). Katowice : Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego



Uznanie autorstwa - Użycie niekomercyjne - Bez utworów zależnych Polska - Licencja ta zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu jedynie w celach niekomercyjnych oraz pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIwersytet ŚLĄSKI
W KATOWICACH



Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

Współczesny rynek książki dla dzieci i młodzieży

MAŁGORZATA GWADERA

Pojęcie rynku książki zawiera w sobie „wszystkie działania związane z wydawaniem, promocją i sprzedażą publikacji zwartych, oznaczonych numerem ISBN, a więc zespół interakcji, jakie występują od złożenia przez autora maszynopisu w wydawnictwie do oddania gotowej książki do rąk czytelnika”¹. Uczestnikami tych przedsięwzięć są *ex definitione* wydawca, dystrybutor i odbiorca wydawnictw zwartych². Jako jeden z czynników stymulujących kulturalny i gospodarczy rozwój społeczeństw, rynek książki jest silnie uwarunkowany przemianami zachodzącymi w tych dwóch obszarach aktywności ludzkiej. Momentem zwrotnym dla współczesnego polskiego rynku wydawniczego był przełom polityczny, który dokonał się w kraju po 1989 roku, a zwłaszcza ustawa Sejmu Rzeczypospolitej o zniesieniu cenzury z 12 maja 1990 roku³. Po 45 latach PRL⁴ wyznacznikami nowej rzeczywistości stały się przepisy gospodarcze, które umożliwiły funkcjonowanie wolnego rynku wydawnictw. Zasadniczą implikacją tego faktu jest określenie statusu książki, która przestaje być tylko dobrem kulturowym, a w coraz większym stopniu jest postrzegana jako towar podlegający jedynie prawom rynkowym. Lata dziewięćdziesiąte to swojego rodzaju okres rewolucyjny w dziejach polskiej XX-wiecznej produkcji wydawniczej, określane głównie przez powstawanie pierwszych legalnych, prywatnych i komercyjnych firm oraz upadek lub restrukturyzację zadłużonych przedsiębiorstw państwowych, ekspansję inwestorów zagranicznych, a także kształtowanie się nowego systemu dystrybucji publikacji⁵.

¹ Ł. Gołębiowski: *Rynek książki w Polsce. Podstawowe zagadnienia*. Warszawa 2007, s. 5.

² Ibidem.

³ Idem: *Rynek książki w Polsce. Edycja '98*. Warszawa 1998, s. 11.

⁴ Zagadnienia rynku książki w czasach PRL przedstawia L. Biliński: *Zarys rozwoju ruchu wydawniczego w Polsce Ludowej*. Warszawa 1977, a zwłaszcza kompendium P. Kitrasiewicza i Ł. Gołębiowskiego: *Rynek książki w Polsce 1944–1989*. Warszawa 2005.

⁵ Za przełomową dla dystrybucji książek uznaje się datę 29 grudnia 1992 roku, kiedy ogłoszono sądowo upadek Składnicy Księgarskiej. Zob. Ł. Gołębiowski: *Rynek książki w Polsce. Edycja '98...*, s. 11.

Obraz polskiego rynku książki po 1989 roku pozostawał niemal przez 10 lat „ziemią nieznaną”. Wydane w 1998 roku zestawienie Łukasza Gołębiewskiego⁶ było pierwszą próbą oglądu sytuacji w tym dziale gospodarki (nie biorąc pod uwagę rankingów wydawców publikowanych przez autora na łamach „Rzeczpospolitej” od 1996 roku⁷), a jednocześnie impulsem do kontynuowania badań nad tym zagadnieniem. Kolejne tomy pozycji *Rynek książki w Polsce*⁸ przynoszą cyklicznie uzupełniane i weryfikowane analizy danych z tego zakresu oraz pozwalają na formułowanie ocen, wniosków i prognoz dotyczących sektora polskich wydawnictw aż do 2007 roku. Symultanicznie wgląd w rozwój tego rynku umożliwiają artykuły zamieszczane na łamach fachowych czasopism, takich jak miesięczniki „Nowe Książki” (od 1949), „Notes Wydawniczy” (od 1992) i „Wydawca” (od 1994)⁹, jak również periodyki Biblioteki Analiz — firmy specjalizującej się w badaniu rynku wydawniczo-księgarskiego: dwutygodnika „Biblioteka Analiz” (od 2000), miesięcznika „Magazyn Literacki KSIĄŻKI” (od 1995) i kwartalnika „Wiadomości Księgarskie” (od 1993)¹⁰. Wywiady z przedstawicielami wydawnictw i księgarń, drukowane w „Bibliotece Analiz” od 2002 roku składają się na corocznie publikowane tomy *Rozmowy o rynku książki*¹¹. Ważnym, gdyż stale aktualizowanym źródłem informacji, są również, związane z wydawcami prasy profesjonalnej, serwisy internetowe¹².

⁶ Ibidem. Rok wcześniej Centrum Informacji o Książce wydało publikację zatytułowaną *Rynek książki w Polsce '97/98*. Cz. 1: *Księgarnie, hurtownie*. Cz. 2: *Wydawcy*. Warszawa 1997.

⁷ Ł. Gołębiewski: *Rynek książki w Polsce*. Edycja '98..., s. 7.

⁸ Ł. Gołębiewski: *Rynek książki w Polsce 1999*. Warszawa 1999; Idem: *Rynek książki w Polsce 2000*. Warszawa 2000; Idem: *Rynek książki w Polsce 2001*. Warszawa 2001; Idem: *Rynek książki w Polsce 2002*. Cz. 1: *Wydawnictwa*. Cz. 2: *Dystrybucja*. Warszawa 2002; Idem: *Rynek książki w Polsce 2003*. Cz. 1: *Wydawnictwa*. Cz. 2: *Dystrybucja*. Warszawa 2003; Idem: *Rynek książki w Polsce 2004*. Cz. 1: *Wydawnictwa*. Cz. 2: *Dystrybucja*. Warszawa 2004; Idem: *Rynek książki w Polsce 2005*. Cz. 1: *Wydawnictwa*. Cz. 2: *Dystrybucja*. Warszawa 2005; Idem: *Rynek książki w Polsce 2006*. Cz. 1: *Wydawnictwa*. Cz. 2: *Dystrybucja*. Warszawa 2006; Idem: *Rynek książki w Polsce 2007*. 10 wydanie jubileuszowe. Cz. 1: *Wydawnictwa*. Cz. 2: *Dystrybucja*. Warszawa 2007; T. Nowak: *Rynek książki w Polsce 2007*. 10 jubileuszowe wydanie. Cz. 3: *Poligrafia*. Warszawa 2007; P. Dobrołęcki, P. Waszczyk: *Rynek książki w Polsce 2007*. 10 jubileuszowe wydanie. *Who is who*. Warszawa 2007. Zob. też M. Jaworski: *Trendy na rynku książki*. Warszawa 2005.

⁹ „Wydawca”, „Notes Wydawniczy”, „Nowe Książki”. (online). (Dostęp: 12 grudnia 2007). Dostępne w Internecie: http://alpha.bn.org.pl/search*pol/t/; <http://www.enotes.pl/onas.php>; <http://www.culture.pl/culture/artykuly>

¹⁰ „Biblioteka Analiz”, „Magazyn Literacki KSIĄŻKI”, „Wiadomości Księgarskie”. (online). (Dostęp: 12 grudnia 2007). Dostępne w Internecie: <http://www.rynek-ksiazki.pl>

¹¹ *Rozmowy o rynku książki*. Warszawa 2002; *Rozmowy o rynku książki 2*. Warszawa 2003; *Rozmowy o rynku książki 3*. Warszawa 2004; *Rozmowy o rynku książki 4*. Warszawa 2005; *Rozmowy o rynku książki 5*. Warszawa 2006; *Rozmowy o rynku książki 6*. Warszawa 2007; *Rozmowy o rynku książki 7*. Warszawa 2008.

¹² Serwisy internetowe: *Rynek-książki.pl* <http://www.rynek-ksiazki.pl>; Wasz Wirtualny Wydawca <http://www.waszw.pl>; Portal Księgarski <http://www.ksiazka.net.pl>; Wydawca. com. pl <http://www.wydawca.com.pl> Zob. też Ł. Gołębiewski: *Rynek książki w Polsce 2007*. 10 jubileuszowe wydanie. Cz. 4: *Who is who...*, s. 179—180.

Rynek książki dla dzieci i młodzieży, pozostając częścią ogólnego obiegu publikacji w Polsce, stanowi, ze względu na specyfikę literatury „osobnej”, także odrębny przedmiot zainteresowań badaczy. Pierwsza pozycja dotycząca tego segmentu rynku została wydana w 2002 roku przez Bibliotekę Analiz w serii Raporty i jest systematycznie nowelizowana¹³. *Raport o książce dla dzieci i młodzieży* Michała Zająca pozostaje komplementarny wobec wcześniej opublikowanej *Promocji książki dziecięcej* tego samego autora¹⁴. Wysoko oceniany przez znawców tematu jest dwujęzyczny polsko-angielski almanach Polskiej Sekcji IBBY *Twórcy dzieciom 1990—2005*, jako pierwsza próba opisanie kondycji polskiej książki dla młodego odbiorcy po 1990 roku¹⁵. Katalog prezentuje osiągnięcia współczesnych pisarzy, ilustratorów, tłumaczy i wydawców książek dla „niedorosłych”, nagrodzonych przez Polską Sekcję IBBY, oraz refleksje nad stanem zarówno literatury, jak i rynku¹⁶. Od zagadnień wydawniczych i rynkowych nie stronią również publikacje fachowe traktujące o literaturze dla dzieci i młodzieży, autorstwa wybitnych specjalistów z tego zakresu¹⁷. Jedyne w Polsce czasopismo „o książce dla dziecka”, wydawany od 1991 roku „Guliwer”, pozostając „płaszczyzną porozumienia i integracji dla wszystkich środowisk”¹⁸, mających z nią do czynienia, w stałym dziale *Z wizytą u...* (do 1995 roku *Dni chwały, dni kłęski*) zamieszcza wywiady z wydawcami literatury dziecięcej i młodzieżowej¹⁹, recenzje nowości wydawni-

¹³ M. Zająca: *Raport o książce dla dzieci i młodzieży*. Warszawa 2002, 2004, 2005, 2006.

¹⁴ Idem: *Promocja książki dziecięcej. Podręcznik akademicki*. Warszawa 2000.

¹⁵ *Twórcy dzieciom 1990—2005. Almanach Polskiej Sekcji IBBY*. Warszawa 2006. Zob. K. Lipka-Sztarbałło, M. Marjańska-Czernik: *W jakim celu powstał Almanach Polskiej Sekcji IBBY?*; M. Zająca: *Recenzja*; G. Leszczyński: *Opinia o projekcie „Twórcy dzieciom — Almanach Polskiej Sekcji IBBY 1990—2005”*; D. Świerczyńska-Jelonek: *IBBY książkom i twórcom*. „Guliwer” 2007, nr 1, s. 21—28.

¹⁶ G. Leszczyński: *Literatura dla młodych odbiorców*. W: *Twórcy dzieciom 1990—2005...*, s. 9—12; K. Lipka-Sztarbałło: *Co za nami, co przed nami?* W: *Twórcy dzieciom 1990—2005...*, s. 13—17; M. Zająca: *Rynek książek dla dzieci — dobra zmiana!* W: *Twórcy dzieciom 1990—2005...*, s. 18—20; Zob. też „Guliwer” 2007, nr 1, s. 28—36.

¹⁷ Np. G. Leszczyński: *Magiczna biblioteka. Zbójcekie księgi młodego wieku*. Warszawa 2007; *Książka dziecięca 1990—2005. Konteksty kultury popularnej i literatury wysokiej*. Red. G. Leszczyński, D. Świerczyńska-Jelonek, M. Zająca. Warszawa 2006; *Kultura literacka dzieci i młodzieży u progu XXI stulecia*. Red. J. Papużńska, G. Leszczyński. Warszawa 2002.

¹⁸ *Z przygód „Guliwera”*. „Guliwer” 1991, nr 1, s. 3.

¹⁹ Zob. m.in. B. Błazewicz: *Zmienić wizerunek polskiej książki dziecięcej*. [Wydawnictwo Podsiadlik-Raniowski i Spółka]. „Guliwer” 1991, nr 2, s. 19—20; J. Prosińska-Giersz: *Inwestować w edukację własnych dzieci*. [Wydawnictwo Egmont Poland]. „Guliwer” 1991, nr 2, s. 17—19; B. Walczak: *Ku żywym ziarnom*. [Wydawnictwo Księgarnia św. Wojciecha]. „Guliwer” 1991, nr 1, s. 17—22; B. Durbałło: *Od „Małego Księcia” do książek edukacyjnych*. [Instytut Wydawniczy „Pax”]. „Guliwer” 1992, nr 2, s. 23—26; K. Genczelewski: *Książki, do których się wraca*. [Wydawnictwo „Muza”]. „Guliwer” 1992, nr 3, s. 16—18; M. Morga: *Czy z dni kłęski narodzi się znowu dni chwały?* [Wydawnictwo „Śląsk”]. „Guliwer” 1992, nr 2, s. 27—30; J. Łodykowska-Sulima: *Dorobek procentuje*. [Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza]. „Guliwer” 1993, nr 2, s. 26—29; T. Michałowski: *Świat pełen książek*. [Wydawnictwo „Siedmioróg”]. „Guliwer” 1993, nr 4, s. 20—23;

czych, a także głosy krytyków analizujących rynek księgarski oraz sprawozdania z imprez służących promocji książki dziecięcej²⁰. Od początku 2007 roku miesięcznym dodatkiem do „Poradnika Bibliotekarza” jest „Świat Książki Dziecięcej” z artykułami Michała Zająca, Grzegorza Leszczyńskiego czy Grażyny Lewandowicz, przypominający „Guliwera” „w pigułce”.

Rynek wydawnictw literatury dla dzieci i młodzieży w latach 1989–2007 podlegał zmianom charakterystycznym dla całego sektora. W rejestrze dołączonym do *Rynku książki w Polsce '97/98* uwzględniono 104 firmy wydawnicze, które proponowały polskiemu czytelnikowi literaturę dziecięcą i młodzieżową, jednak procent udziału tego typu publikacji w całości oferty poszczególnych oficyn był zróżnicowany²¹. Przyjmując to kryterium podczas analiz rynku, których wyniki ogłaszano w tekstach fachowych po 2000 roku²², otrzymujemy liczbę ponad 100 wydawnictw²³. W świetle przytoczonych wykazów 28 firm przetrwało 18-letni okres zmian²⁴. Michał Zając podaje, że w 2001 roku 165 firm zgłosiło w swoim profilu literaturę dla dzieci i młodzieży, a w bazie Centrum Informacji o Książce 263 wydawców ma w swojej ofercie książki dla dzieci i młodzieży (nawet, jeśli opublikowali tylko jedną pozycję z tego działu). Autor proponuje, aby liczbę oficyn funkcjonujących w tym segmencie rynku oszacować na około 200²⁵.

M. Samborska: *Phyniemy spokojnie...* [Wydawnictwo „Nasza Księgarnia”]. „Guliwer” 1994, nr 6, s. 22–24; I. Pakuła: *Stawiamy na młodzież*. [Wydawnictwo „Akapit Press”]. „Guliwer” 1995, nr 3, s. 16–17; W. Jędrzejczykowa: *Dziecięce fascynacje*. [Wydawnictwo „Literatura”]. „Guliwer” 1998, nr 4, s. 21–26; A. Sikorska-Michalak: *Pomysł na książkę*. [Wydawnictwo „Wilga”]. „Guliwer” 1998, nr 5, s. 20–21; A. Cankudis: *Z myślą o rodzinie*. [Wydawnictwo „Media Rodzina”]. „Guliwer” 2000, nr 4, s. 40–41; M. Czyżowski: *Wydawnictwo dla całej rodziny*. [Wydawnictwo „Zielona Sowa”]. „Guliwer” 2004, nr 1, s. 49–51.

²⁰ Zob. np. B. Tylicka: *Czy z obfitości i różnorodności narodzi się nowa jakość?* „Guliwer” 1991, nr 1, s. 26–29; J. Papużyńska: *Almanach polskiej kultury dziecięcej*. [Druk towarzyszący wystawie zorganizowanej przez Katolicką Akademię w Hamburgu]. „Guliwer” 1997, nr 1, s. 55–56; M. Kulik: *Targi książki w Lipsku*. „Guliwer” 1999, nr 4, s. 47–48; M. Czernik: *Polonia a Bolonia, czyli Polska w Bolonii*. [Międzynarodowe Targi Książki Dziecięcej w Bolonii]. „Guliwer” 2003, nr 2, s. 119–120.

²¹ Obliczenia własne autorki na podstawie: *Rynek książki w Polsce '97/98*. Cz. 2: *Wydawcy...*, s. 380–382.

²² Obliczenia własne autorki na podstawie: Ł. Gołębiwski: *Rynek książki w Polsce 2007*. 10 wydanie jubileuszowe. Cz. 1, 2, 3, 4; M. Zając: *Raport o książce dla dzieci i młodzieży*. Warszawa 2006; *Twórcy dzieciom 1990–2005...*; *Wydawnictwa dla dzieci i młodzieży*. (online). (Dostęp: 14 stycznia 2008). Dostępne w Internecie: <http://katalog.onet.pl/>

²³ Uzyskany wynik jest wartością przybliżoną, gdyż nawet najbardziej aktualny i dążący do kompletności danych *Rynek książki w Polsce 2007* rejestruje tylko te wydawnictwa, które odpowiedziały na ankiety i zgodziły się na upublicznienie informacji na swój temat, jak również w 2006 roku wielkością sprzedaży przekroczyły próg 2 milionów zł. Zob. Ł. Gołębiwski: *Rynek książki w Polsce 2007*. Cz. 1..., s. 165.

²⁴ Ibidem, obliczenia własne autorki.

²⁵ M. Zając: *Raport o książce dla dzieci i młodzieży*. Warszawa 2002, s. 26. W połowie 2001 roku zarejestrowanych było około 17 000 wydawnictw książkowych, z czego zaledwie 3 000 prowadziło aktywną działalność. Oficyny promujące książkę dziecięcą stanowią 6,6% wydawnictw aktywnych. Obliczenia własne autorki na podstawie: Ł. Gołębiwski: *Rynek książki w Polsce 2001...*, s. 38.

Dokonując chronologicznej kategoryzacji firm edytorskich współczesnego rynku książki dla dzieci i młodzieży wyodrębnić można:

Oficyny funkcjonujące już przed 1989 rokiem, obecnie sprywatyzowane, często z bogatymi tradycjami, także przedwojennymi, w tym wydawnictwa konfesyjne — między innymi Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne (od 1945 do 1974 jako Państwowe Zakłady Wydawnictw Szkolnych), Wydawnictwo WAM Księża Jezuitów (1872), Społeczny Instytut Wydawniczy „Znak” (1959), Dom Wydawniczy „Bellona” (1918), Wydawnictwo Literackie (1953), Drukarnia i Księgarnia św. Wojciecha (1895), Wydawnictwo „Arkady” (1957), Wydawnictwo „Jedność” (1917), Edycja św. Pawła (1978), Wydawnictwo „Nasza Księgarnia” (1921), Wydawnictwo Diecezjalne w Sandomierzu (1919), Zakład Narodowy im. Ossolińskich — Wydawnictwo (1817), Wydawnictwo „Iskry” (1952), Księgarnia św. Jacka (1925)²⁶. Kolejność wymienionych wydawnictw obrazuje ich potencjał jako przedsiębiorstw wolnorynkowych w roku 2006, od najbardziej rentownych do oficyn o niższych przychodach, jednak zaliczonych do największych wydawnictw książkowych na rynku publikacji w Polsce²⁷.

Firmy debiutujące tuż po wprowadzeniu zmian polityczno-gospodarczych po 1989 roku — typowo komercyjne, prywatne rodzime lub istniejące jako filie koncernów międzynarodowych — między innymi wydawnictwa: „Świat Książki” Bertelsmann Media (1994), „Nowa Era” (1992), Publicat (od 1990 do 2004 Podsiedlik, Raniowski i Spółka), Egmont Polska (1990), Prószyński i Spółka (1990), Media Rodzina Harbor Point (1992), „Amber” (1989), „Zielona Sowa” (1995), „Siedmioróg” (1990), „Wilga” (1992), Adam Marszałek (1990), Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne (1991), Elżbieta Jarmołkiewicz (1990), Jacek Santorski & co. (1989), Polskie Wydawnictwo Encyklopedyczne Polwen (1999), „Akapit Press” (1992)²⁸. Podobnie jak w grupie pierwszej, gradacja odpowiada pozycji finansowej oficyn zaliczonych do największych na całym polskim rynku wydawnictw zwartych. Wydawnictwa przynależące do tej kategorii, ale o dużo niższych wynikach ekonomicznych to między innymi: „Sara” (od 1996—2000 „Kama”), Paweł Skokowski (1991), „Greg” (1995), Philips Wilson (1992), „Delta W-Z” (1992), „Debit” (1991), „Aksjomat” (1993), „Elipsa” (1990), „Literatura” (1990), Oficyna Wydawnicza G&P (1990)²⁹.

Wydawnictwa powstałe około roku 2000, już po pewnym ustabilizowaniu się rynku książki dziecięcej, o niedużych przychodach. Należą tu tzw. firmy „lilipucie” — między innymi „Ezop” (2000), „Muchomor” (2002), Kowalska-

²⁶ Zestawienie własne autorki na podstawie: Ł. Gołbiewski: *Rynek książki w Polsce 2007*. Cz. 1..., s. 179, 269, 279, 318, 379, 400, 420, 424, 427, 431, 460, 510, 539, 557.

²⁷ Ibidem, s. 165.

²⁸ Zestawienie własne autorki na podstawie: ibidem, s. 188, 214, 232, 245, 288, 308, 326, 340, 384, 435, 440, 481, 496, 517, 526, 528.

²⁹ Zestawienie własne autorki na podstawie: M. Zając: *Raport o książce dla dzieci i młodzieży*. Warszawa 2002, s. 58, 77, 78, 79, 85, 86, 88, 90, 92, 94.

-Stiasny (2002), „Hokus-Pokus” (2003), „Fro9” (2004), „Wytwornia” (2005), „Dwie Siostry” (2005)³⁰.

Michał Zając, poddając ocenie zmiany na rynku książki dla dzieci za lata 1989—2006, wprowadza podział na 3 grupy przedsiębiorstw. Pierwszą stanowią wspomniane już oficyny „lilipucie” — „małe dwu-, trzyosobowe firmy oferujące niewielką liczbę tytułów”, których istnienie nie wyrasta jedynie z przesłanek komercyjnych³¹. Do drugiej zalicza wydawnictwa „świeżo założone, oferujące solidne produkty skierowane do masowego odbiorcy” („Jaguar”, „Adamus”)³², a w trzecim przedziale umieszcza firmy, które wcześniej funkcjonowały na polskim rynku książki, ale dopiero w ostatnich latach rozpoczęły lub zintensyfikowały działalność na polu literatury dziecięcej („Znak”, „Bellona”, „Amber”, Jacek Santorski & co., GWP, „Telbit”, Firma Księgarska Jacek i Krzysztof Olesiejuk — Inwestycje)³³. Od wymienionych 3 grup badacz oddziela tzw. potentatów, czyli oficyny wydawnicze tradycyjnie i od lat złączone z sektorem książki dziecięcej, do których zalicza Egmont Polska, „Naszą Księgarnię”, „Literaturę” i „Akapit Press”³⁴. Zaproponowane klasyfikacje wzajemnie się uzupełniają, pozwalają na ogląd zjawiska z różnych punktów widzenia oraz wskazują na pewne etapy rozwoju rynku książki dla dzieci i młodzieży w Polsce. Warunki ekonomiczne implikują zmiany dotyczące współpracy, fuzji i tworzenia większych grup kapitałowych w tym sektorze gospodarki. Firmy wchodzą na rynek książki dziecięcej jako nowe, albo też ograniczają swoje w nim udziały, np. Wydawnictwo Publicat, w latach dziewięćdziesiątych specjalizujące się w edycjach literatury dla dzieci (jako Podsjedlik, Raniowski i Spółka), zmieniło profil wydawniczy i wyłoniło w ramach swej struktury małe Wydawnictwo Papilon (od 2006), przejmujące działalność w tej sferze rynku, podobne relacje zachodzą między wydawnictwem Adam Marszałek i firmą „Mado”³⁵. Największy stopień specjalizacji (75% i więcej w ofercie stanowi literatura dla dzieci i młodzieży) wykazują oficyny należące do grupy powstałych po 1989 roku. Liderem jest tutaj Egmont Polska, dalej „Siedmioróg”, „Wilga”, Wydawnictwo Elżbieta Jarmołkiewicz i „Akapit Press”. W kategorii pierwszej — firm istniejących przed 1989 rokiem — stopień zaangażowania w rynek książki dziecięco-młodzieżowej jest bardzo zróżnicowany i nie przekracza 50%, chlubnym wyjątkiem jest „Nasza

³⁰ Zestawienie własne autorki na podstawie: M. Zając: *Książka dla dzieci — jest lepiej!*. „Notes Wydawniczy” 2006, nr 6/7, s. 38; *Twórcy dzieciom 1990—2005...*, s. 154—155; E. Świerżewska: *Danie dnia — Muchomor*. „Guliwer” 2003, nr 1, s. 59—60; K. Gliwińska: *Lilipucie książki. Krótki przewodnik po wydawnictwach literatury dziecięcej*. (online). (Dostęp: 20 stycznia 2008 r.). Dostępne w Internecie: <http://miasta.gazeta.pl>; J. Olech: *Piszq o nas*. (online). (Dostęp: 20 stycznia 2008 r.). Dostępne w Internecie: <http://www.wytwornia.com>

³¹ M. Zając: *Książka dla dzieci — jest lepiej!*..., s. 36.

³² Ibidem.

³³ Ibidem, s. 37.

³⁴ Ibidem.

³⁵ Ł. Gołębiewski: *Rynek książki w Polsce 2007. Cz.1...*, s. 232, 435.

Księgarnia”³⁶. Topografia wydawnicza firm polskiej książki dziecięcej obejmuje zarówno główne ośrodki kulturalne, jak i te o znaczeniu regionalnym, między innymi Warszawę, Kraków, Poznań, Wrocław, Zieloną Górę, Sandomierz, Radom, Łódź, Katowice, Bielsko-Białą, Lublin.

Średni nakład w grupie wydawnictw o profilu literatura dziecięca w latach 2002, 2003, 2004 wynosił 6 060, 5 820 i 6 596, co sytuuje te firmy na drugim miejscu po oficynach specjalizujących się w książce szkolnej i przed tymi, które oferują w kolejności: publikacje religijne, beletrystykę, książki ilustrowane oraz literaturę naukową i fachową³⁷. W 2006 roku literatura dziecięca nadal utrzymywała się na drugim miejscu (za książką szkolną), a średni nakład wzrósł z 6 700 (2005) do 6 790³⁸.

Sprzedaż książek w grupie wydawnictw o profilach: literatura dla dzieci i młodzieży, książki edukacyjne dla młodych oraz lektury szkolne, w latach 2001—2006, obrazuje tabela 1.

Tabela 1

Sprzedaż książek w latach 2001—2006

Kategoria książek	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Książki dla dzieci	84	66	68	73	78	76
Książki dla młodzieży	42	25	27	47	46	64
Książki edukacyjne	59	49	50	55	61	60
Razem	185	140	145	175	185	200
Lektury szkolne	54	59	58	63	68	66

Źródło: Ł. Gołębiowski: *Rynek książki w Polsce 2007*. Cz. 1: *Wydawnictwa*. Warszawa 2007, s. 104.

Odsetek kupujących książki dla dzieci i młodzieży sięga kilkunastu procent (11% — 2002, 13% — 2004, 11% — 2006), co oznacza obecnie powolny spadek (z trzeciego na szóste miejsce wśród gatunków najbardziej poszukiwanej literatury)³⁹. Analiza zarówno nakładów, jak i sprzedaży pozwala na sformułowanie wniosku o wysokiej pozycji książki dziecięcej i młodzieżowej na polskim rynku wydawnictw. Po okresowych niższych wynikach następuje zawsze systematyczny wzrost danych liczbowych określających kondycję tego sektora rynku. W miarę stała grupa nabywców również nie stanowi elementu destabilizującego⁴⁰.

³⁶ Wnioski własne autorki na podstawie danych zebranych w: *ibidem*.

³⁷ Ł. Gołębiowski: *Rynek książki w Polsce 2003*. Cz. 1..., s. 37; Idem: *Rynek książki w Polsce 2004*. Cz. 1..., s. 52; Idem: *Rynek książki w Polsce 2005*. Cz. 1..., s. 54.

³⁸ Ł. Gołębiowski: *Rynek książki w Polsce 2007*. Cz. 1..., s. 78.

³⁹ *Ibidem*, s. 64; Ł. Gołębiowski: *Rynek książki w Polsce 2005*. Cz. 1..., s. 37; G. Straus, K. Wolff, S. Wierny: *Książka na początku wieku. Społeczny zasięg książki w Polsce w 2002 roku*. Warszawa 2004, s. 153.

⁴⁰ Bardziej szczegółowe dane dotyczące nabywców, m.in. ich kategoryzację pod względem społeczno-demograficznym, zamieszczono w serii Z Badań nad Czytelnictwem Instytutu Książki

Dystrybucja książek dla dzieci i młodzieży odbywa się „wszelkimi metodami i drogami”⁴¹, należą one do „najbardziej dostępnego asortymentu wydawniczego”⁴². Funkcję kanałów dystrybucji pełnią instytucje księgarstwa tradycyjnego, czyli księgarnie⁴³, hurtownie i antykwariaty, kioski z prasą, jak również, w coraz większym stopniu, nowe, wolnorynkowe placówki, takie jak supermarkety i hipermarkety (od połowy lat dziewięćdziesiątych⁴⁴), a także stragany, stoiska uliczne i targowe, punkty sprzedaży „taniej książki”. Znacząca część produkcji wydawniczej omawianego segmentu dociera do odbiorców dzięki formom sprzedaży wysyłkowej, wśród których dominują tzw. kluby książki, tworzone głównie przez firmy międzynarodowe, mające w Polsce swe przedstawicielstwa. Trzy prężnie działające kluby istnieją w strukturze Egmontu Polska — potentata książki dziecięcej — Klub Książek Disneya (od 1993), Klub Książki Kubusia Puchatka (od 1998), Klub Księżniczki (od 2002, wcześniej Klub Odkrywców), ponadto publikacje z tego sektora oferują kluby Świat Książki Bertelsmann Media (od 1994), Klub dla Ciebie Bauer Media (od 2000) oraz Klub Książki Księgarni Krajowej Wydawnictwa Prószyński i Sówka (od 2002)⁴⁵. Ważnym środkiem dystrybucji stał się Internet, zwłaszcza księgarnie i antykwariaty „on-line”, w tym także internetowe sklepy poszczególnych wydawnictw⁴⁶. Źródłem zakupu książek dla dzieci są ponadto akwizycja, szkoła, biblioteka i kościół⁴⁷.

i Czytelnictwa Biblioteki Narodowej w Warszawie. Zob. m.in. G. Straus, K. Wolff: *Czytać, nie czytać... kupować, nie kupować. Sytuacja książki w społeczeństwie polskim w 1998 roku*. Warszawa 2000; G. Straus, K. Wolff, S. Wierny: *Książka na początku wieku...*; G. Straus, K. Wolff: *Czytanie, kupowanie, wypożyczanie. Społeczny zasięg książki w Polsce w 2004 roku*. Warszawa 2006.

⁴¹ M. Zajac: *Raport o książce dla dzieci i młodzieży*. Warszawa 2002, s. 45.

⁴² Ibidem.

⁴³ Z siecią największych księgarni i hurtowni (Azymut, Platon, Wkra i Matras) współpracuje lider branży dziecięcej Egmont Polska. Ł. Gołębiowski: *Rynek książki w Polsce 2007*. Cz. 1..., s. 244.

⁴⁴ Jedną z pierwszych firm, które nawiązały bezpośredni kontakt z hipermarketami był Publicat. Ta forma dystrybucji pozwoliła na szybki wzrost sprzedaży. Idem: *Rynek książki w Polsce 2007*. Cz. 1..., s. 234.

⁴⁵ Idem: *Rynek książki w Polsce 2007*. Cz. 1..., s. 188, 223, 243, 286.

⁴⁶ Własne sklepy internetowe mają m.in. Publicat <http://najlepszyprezent.pl/>, „Zielona Sowa” <http://www.zielona-sowa.com.pl/>, „Muchomor” <http://www.muchomor.pl/>, „Literatura” <http://wyd-literatura.com.pl/>, „Wilga” <http://sklep.wilga.com.pl/>, Wydaw. G&P <http://gmp.poznan.pl/>, „Media Rodzina” <http://mediarodzina.com.pl>, „Nasza Księgarnia” <http://www.nk.com.pl/>, Edycja św. Pawła <http://www.edycja.pl/>. Bardziej szczegółowo omawia to zjawisko K. Witkowski: *Książka w Internecie*. Warszawa 2000.

⁴⁷ Ł. Gołębiowski: *Rynek książki w Polsce 2006*. Cz. 1..., s. 58. Zob. też M. Zajac: *Raport o książce dla dzieci i młodzieży*. Warszawa 2002, s. 45—46. Wyczerpująco problem dystrybucji przedstawiono w tomach Ł. Gołębiowskiego: *Rynek książki w Polsce 1999...*; *Rynek książki w Polsce 2000...*; *Rynek książki w Polsce 2001...*; *Rynek książki w Polsce 2002*. Cz. 2...; *Rynek książki w Polsce 2003*. Cz. 2...; *Rynek książki w Polsce 2004*. Cz. 2...; *Rynek książki w Polsce 2005*. Cz. 2...; *Rynek książki w Polsce 2006*. Cz. 2...; *Rynek książki w Polsce 2007*. 10 wydanie jubileuszowe. Cz. 2...; zob. też J. Walewska: *Raport o księgarstwie*. Warszawa 2000; J. Lewinson: *Import i eksport publikacji w Polsce*. Warszawa 2002.

Specyfikę rynku książki dla dzieci i młodzieży determinują uwarunkowania społeczne i kulturowe. Michał Zając do podstawowych elementów znaczących tę odrębność zalicza: charakterystykę odbiorcy/użytkownika, istnienie społecznego ruchu wspierania książki dziecięcej, funkcjonowanie mecenatu państwowego⁴⁸ oraz specyficzne zaplecze postaw nabywców⁴⁹. Ze względu na wiek odbiorców, związany z kompetencjami czytelnickimi, badacz proponuje podział rynku publikacji dla nie-dorosłych na 4 sektory: książki dla dzieci najmłodszych (0—6), dla dzieci starszych, wraz z literaturą edukacyjną (6+), książki dla młodzieży (12+) oraz lektury szkolne⁵⁰. Postawy nabywcze charakteryzowane przez preferencje klientów rynku skłaniają do sformułowania dwóch sprzecznych ze sobą poglądów: po pierwsze — nabywcy kupują dla dzieci książki, które sami czytali i lubili (ta opinia przeważa wśród profesjonalistów i znajduje potwierdzenie zarówno w analizie oferty polskich wydawców, jak i w ich wynikach finansowych), po drugie — klienci szukają nowych tytułów, uznając całkowitą odrębność pokolenia najmłodszych i brak możliwości „przełożenia” na ich język tekstów kultury minionej. Niezależnie od przyjętej perspektywy odbiorcy domagają się zapewnienia, że „książka jest odpowiednia dla dziecka w określonym wieku życia. [...], że książka jest wartościowa w płaszczyźnie literackiej i artystycznej [...], że książka jest »dobra« ze względów wychowawczych i edukacyjnych”⁵¹. Wzory zachowań konsumentów na rynku książki, szczególnie dziecięcej, modelowane są jednak w zasadniczym stopniu przez wyznaczniki kultury masowej, rozumianej jako „ogół kulturalnych dóbr konsumpcyjnych oddanych do dyspozycji publiczności, w najszerszym rozumieniu tego słowa, za pomocą masowego komunikowania w ramach cywilizacji technicznej”⁵². Typ kultury określający rzeczywistość współczesnego odbiorcy książek dla dzieci i młodzieży staje się zarówno motorem, jak i elementem hamującym rozwój tego sektora rynku. Niewątpliwie rosną możliwości działań marketingowych w zakresie promocji książki dziecięcej (reklamy medialne i internetowe, ekranizacje, audio-booki i in.), lecz jednocześnie zachodzą zmiany o charakterze jakościowym, powodowane między innymi przez upraszczanie elementów kultury wyższej i włączenie w ich obręb znamion kultury niższej⁵³. Wytwory kultury masowej na rynku książki dziecięcej, w tym „streszczenia smakujące jak wygotowany papier”, oskarżane są o „tandetność ilustracji” czy „obdzieranie tekstów z artystycznych walorów”⁵⁴. Na gruncie rozważań o aspektach funkcjonowania publikacji dziecięcych w kulturze masowej powstało pojęcie tzw. produktu

⁴⁸ Instytucje wspierania książki dziecięcej i zagadnienie mecenatu będą przedmiotem odrębnego opracowania.

⁴⁹ M. Zając: *Raport o książce dla dzieci i młodzieży*. Warszawa 2002, s. 15.

⁵⁰ Ibidem, s. 25.

⁵¹ Ibidem, s. 21—23.

⁵² Idem: *Promocja książki dziecięcej*..., s. 155.

⁵³ Dogłębnie analizę kultury masowej i jej wpływu na rynek książki dziecięcej przedstawiono w: ibidem, s. 154—164.

⁵⁴ E. Nowacka: *Książki dla dzieci*. „Notes Wydawniczy” 1993, nr 3, s. 16. Cyt. za: M. Zając: *Promocja książki dziecięcej*..., s. 159.

totalnego, czyli „komunikatu symbolicznego kultury dla dzieci, którego postacie medialne tworzą rozbudowany system przekazów mogący pojawić się w każdym z kontaktów odbiorcy z kulturą jako taką”⁵⁵. Cechami tego zjawiska są globalność, wysoki stopień standaryzacji, intermedialność, istnienie wizualnej wersji produktu, decentralizacja jego dystrybucji oraz przekraczanie granic kultury symbolicznej na rzecz elementów kultury bezpośredniej. Produkt totalny nie zna granic terytorialnych, jest zrozumiały dla różnych grup wiekowych i środowiskowych, występuje jednocześnie we wszystkich postaciach medialnych (film kinowy, film DVD, kaseeta VHS, gra komputerowa, komiks itd.)⁵⁶. Wszystkie wymogi określone dla produktu totalnego spełniają „Król lew” i „Pocahontas”, do tego poziomu zostały również sprowadzone „Kubuś Puchatek” czy „Muminki”. Przede wszystkim jednak wymienić tu należy fenomen „Harry’ego Pottera” J.K. Rowling, gdyż poza ramami wyznaczającymi produkt totalny, bestseller ten wskazuje na szczególną zależność rynku książki dziecięcej i młodzieżowej od tymczasowych mód, kreowanych przez media (głównie telewizję, filmy i gry komputerowe). „Od sześciu lat na całym świecie sektor [książki dziecięcej] uzależniony jest od kolejnych części tego cyklu powieściowego”⁵⁷. Relacje te przekładają się głównie na stronę finansową przedsięwzięcia — wzrosty i spadki ekonomiczne związane z premierami kolejnych tomów. W 2007 roku redakcja Biblioteki Analiz zaliczyła polską promocję szóstego tomu *Harry’ego Pottera* do najważniejszych wydarzeń na całym rynku wydawniczo-księgarskim w roku poprzednim⁵⁸. Nie bez powodu Egmont Polska jako praktyczny monopolista na produkty totalne dla dzieci oraz tzw. wydawnictwa licencyjne („Pokemony”, „Bob Budowniczy”, „Teletubisie”, „W.I.T.C.H” i in.) jest zdecydowanym liderem rynku publikacji dla dzieci i młodzieży. Egzemplifikacja ta bardzo czytelnie ilustruje tezę, iż bestseller nie jest zwykle zjawiskiem powstającym spontanicznie⁵⁹.

Repertuar wydawniczy współczesnego rynku literatury dziecięcej i młodzieżowej jest bogaty i różnorodny. Ze względu na postać fizyczną można wyodrębnić publikacje sztywnostronicowe (kartonowe), książki niespodzianki (z ruchomymi i trójwymiarowymi elementami), z naklejkami i kolorowanymi, rozkładanki, wreszcie książki zabawki (pluszowe, z puzzlami, pozytywkami). Wydawnictwa, które specjalizują się w tym sektorze to między innymi „Wilga”, Publicat, Elżbieta Jarmołkiewicz (serie Nauka z Kosmatkiem, Baw się Czytając, Popatrz i Szukaj), „Debit”, Wydawnictwo „bis”, „Siedmioróg”, „Zielona Sowa”, Egmont Polska oraz Wydawnictwo Grzegorz Krzesiek⁶⁰. Nietradycyjny nośnik fizyczny wyróżnia tzw. audio-booki, czyli książki prze-

⁵⁵ M. Zając: *Promocja książki dziecięcej...*, s. 163.

⁵⁶ Ibidem, s. 164—165.

⁵⁷ Ł. Gołębiewski: *Rynek książki w Polsce 2007*. Cz. 1..., s. 96.

⁵⁸ Ibidem, s. 19.

⁵⁹ Zob. K. Frołow: *Jak wypromowano bestseller*. Warszawa 2006.

⁶⁰ Zestawienie własne autorki na podstawie: Ł. Gołębiewski: *Rynek książki w Polsce 2007*. Cz. 1...; M. Zając: *Raport o książce dla dzieci i młodzieży*. Warszawa 2002, oraz *Wydawnictwa dla dzieci i młodzieży*. (online). (Dostęp: 29 stycznia 2008). Dostępne w Internecie: <http://katalog.onet.pl/>

znaczone do słuchania (Publicat, Media Rodzina). Wyróżniają się na ich tle znakomite Bajki Grajki — seria na płytach CD — z tekstami Jana Brzechwy, w wykonaniu Ireny Kwiatkowskiej, Barbary Krafftówny i innych aktorów scen polskich, pierwotnie nagrane w latach siedemdziesiątych (Polskie Nagrania Muza, Omedia). Płyty CD stanowią często dodatki do książek dołączanych do prasy — głównie lektur szkolnych i baśni dla dzieci („Zielona Sowa”, „Buka”, „Agora” — Kolekcja „Gazety Wyborczej” i miesięcznika „Dziecko”)⁶¹. Forma graficzna sytuuje komiks nieco poza klasyczną postacią książki. Komiksy dla dzieci młodszych (*Muminki* T. Jansson) oraz starszych (także japońskie) publikuje Egmont Polska, rodzimą twórczość w tym zakresie wprowadza na rynek Wydawnictwo Prószyński i Sówka (*Tytus, Romek i A'Tomek* H.J. Chmielewskiego).

Imponująco przedstawia się lista oficyn, które w swojej ofercie mają bajki, baśnie, opowiadania, wiersze klasyków i autorów współczesnych polskich i obcych, legendy i mity, czyli propozycje dla najmłodszego odbiorcy. Należą do nich między innymi Publicat (seria Książki Szczęśliwego Dzieciństwa), „Zielona Sowa” (seria Niezapomniane Książki Naszego Dzieciństwa), Wydawnictwo Elżbieta Jarmołkiewicz (seria Skierkowe Bajki), „Wilga” (seria Klasyka Polska), „Amber” (seria Amberek), „Media Rodzina”, Jacek Santorski & co., „Siedmioróg”, „Sara”, „Muchomor”, Wydawnictwo Paweł Skokowski, „Skrzat”, „Bellona”, Oficyna G&P, „Świat Książki”. Dominują w tej kategorii nazwiska takich autorów, jak: Julian Tuwim, Jan Brzechwa, Maria Konopnicka, Ludwik Jerzy Kern, Maria Kownacka, a także Hans Christian Andersen i Carlo Collodi⁶². Pojawiły się również na rynku agencje wydawnicze oferujące bajki⁶³, których bohaterem może być konkretne dziecko, z możliwością zamieszczenia w książce jego zdjęcia czy dedykacji („Niebieski Słoń”)⁶⁴. Dużą popularnością cieszą się tytuły edukacyjne dla najmłodszych, przedszkolaków i uczniów szkół podstawowych, takie jak serie Centrum Edukacji Dziecięcej czy Groszek Wydawnictwa Publicat, „Zielonej Sowy” seria Świat Przedszkolaka, Wydawnictwa „Debit” seria Zgadywanki Naklejanki. Ponadto w tej grupie wydawców znajdują się Wydawnictwo Elżbieta Jarmołkiewicz, Wydawnictwo SBM, „Aksjomat” i „Skrzat”. Rynek tanich, masowych edycji lektur szkolnych zdominowały oficyny „Greg”, „Sara” i „Zielona Sowa”, przy czym trzeba uznać ich stosunkowo dobrą jakość (biorąc pod uwagę papier i druk)⁶⁵. Do najmłodszych czytelników kierują swoją ofertę wydawnictwa katolickie. Liderem

⁶¹ Zob. <http://www.gazeta.pl/kolekcja>; *Wydawnictwa dla dzieci i młodzieży*. (online)...

⁶² Zestawienie własne autorki na podstawie autopsji oraz Ł. Gołębiwski: *Rynek książki w Polsce 2007*. Cz. 1..., M. Zając: *Raport o książce dla dzieci i młodzieży...*

⁶³ Z genologicznego punktu widzenia są to raczej baśnie. Przyp. autorki.

⁶⁴ *Wydawnictwa dla dzieci i młodzieży*. (online)...

⁶⁵ Ł. Gołębiwski: *Rynek książki w Polsce 2007*. Cz. 1..., s. 382. Rynek podręczników szkolnych jest dużą branżą i wykracza poza ramy artykułu. Biblioteka Analiz publikuje cykliczne raporty na ten temat, np. *Raport o książce szkolnej*. Warszawa 2000; T. Mosiek: *Podręczniki 2000/01 — raport*. Warszawa 2000; Idem: *Dla nauczyciela i ucznia*. Warszawa 2001; Idem: *Ranking najlepszych podręczników*. Warszawa 2004.

jest wśród nich Wydawnictwo Diecezjalne w Sandomierzu, wydawca bestsellerowej pozycji Joanny Krżyżanek *Jan Paweł II, czyli jak Karolek został papieżem*. Twórcy literatury dziecięcej publikujący w oficynach konfesyjnych to między innymi Jan Twardowski, Ewa Stadtmüller (wielu wydawców), Beata Andrzejczuk („Rafaël”), w Edycji św. Pawła Małgorzata Nawrocka i ks. Bogusław Zeman (cykl książek o słoniku Bombiku)⁶⁶.

W zakresie publikacji popularnonaukowych dla dzieci i młodzieży wyróżniają się: wydawnictwo SBM (serie Patrę, Podziwiam, Poznaję; Biblioteka Odkrywców; Poznaj Więcej), Wydawnictwo Paweł Skokowski (serie Książ, np. *Księga ludzkiego ciała*, oraz Glob — Odkrywanie Świata), Elżbieta Jarmołkiewicz, Publicat, „Świat Książki” oraz „Arkady” (nagradzane tomy serii Zielnik).

Nie znikają z katalogów wydawniczych książki autorów polskich, zaliczane do klasyki literatury dla dzieci i młodzieży. Powieści Edmunda Niziurskiego, Hanny Ożogowskiej, Kornela Makuszyńskiego, Hanny Januszewskiej, Ireny Jurgielewiczowej, Adama Bahdaja, Aleksandra Minkowskiego, Alfreda Szklarskiego wydawane są w „Siedmiorogu” (seria Polska Powieść Młodzieżowa), „Zielonej Sowie”, „Naszej Księgarni”, „Muzie”, „Literaturze”. „Akapit Press” wciąż odnotowuje zyski, publikując twórczość Małgorzaty Musierowicz i Krystyny Siesickiej⁶⁷. Wydawnictwo Polwen przywróciło pamięci starszych i podało najmłodszym dzieła Zofii Żurakowskiej, Heleny Zakrzewskiej, Marii Buyno-Arctowej⁶⁸. Podobnie rzecz ma się z dziecięcą klasyką światową. „Nasza Księgarnia”, wierna autorskim wersjom tekstów *Kubusia Puchatka* A.A. Milne’a, *Dzieci z Bullerbyn* Astrid Lindgren czy cyklu o Muminkach Tove Jansson, nie odnotowuje strat finansowych. Wydawnictwo Literackie zaproponowało czytelnikom *Anię z Zielonego Wzgórza* i jej kolejne tomy w nowej szacie graficznej. Lucy Maud Montgomery mile jest widziana także w „Zielonej Sowie” obok Juliusza Verne’a i Edith Nesbit. „Media Rodzina”, nie poprzestając na *Harry’em Potterze*, wydała z sukcesem *Opowieści z Narnii* C.S. Lewisa, a „Iskry” *Hobbita* i *Władcę Pierścieni* J.R.R. Tolkiena⁶⁹.

Próby adaptacji tekstów klasycznych zaowocowały wszelkiego rodzaju przeobrażeniami, które zwłaszcza baśniom wymierzyły mocny cios. O zalewie rynku można mówić w odniesieniu do spłyconych w warstwie tekstowej (jeśli nie okaleczonych), schematycznych, z komputerowymi przedrukami ilustracji, książkowych adaptacji baśni na licencji wytwórni Walta Disneya (Egmont Polska). Seria Niebaśnie (Jacek Santorski & co.), teksty Joanny Olech *Czerwony Kapturek*, Leszka K. Talki *Jaś i Małgosia*, Michała Rusinka *Kupciuszek* tak dalece odchodzą od klasycznej wersji baśni w stronę antypedagogiki, że tytuł serii jest bardzo adekwatny

⁶⁶ Zob. K. Frołow, J. Wolak: *Raport o książce katolickiej. Edycja 2005*. Warszawa 2005, s. 17—18; K. Frołow, J. Wolak: *Raport o książce katolickiej. Edycja 2007*. Warszawa 2007, s. 26—27.

⁶⁷ Zestawienie własne autorki na podstawie autopsji oraz Ł. Gołębiowski: *Rynek książki w Polsce 2007*. Cz. 1..., M. Zajęc: *Raport o książce dla dzieci i młodzieży...*

⁶⁸ A.M. Krajewska: *Zapomniane hity międzywojnia*. „Guliwer” 2004, nr 3, s. 27—33.

⁶⁹ Ibidem.

do jej zawartości. Podobnie rzecz ma się z trawestacją kopciuszka *Księżę Kopciuch* Babette Cole (Egmont Polska). Zabiegi uwspółcześniania baśni w warstwie języka i obyczajów podejmuje również Grzegorz Kasdepke, współautor kolekcji „Gazety Wyborczej” i miesięcznika „Dziecko”⁷⁰. Efekt artystyczny jest niewątpliwie ciekawy, lecz jak ma się do niego ustosunkować klasyczna baśniowa aksjologia? Na pochwałę zasługuje wydawnictwo „Muchomor” i Zofia Stanecka jako twórca znanych, na nowo opowiedzianych, ale jednak baśni⁷¹.

Obecność współczesnych rodzimych autorów w repertuarze wydawniczym zaznacza się przede wszystkim imponującą liczbą nagród przyznanych przez Polską Sekcję IBBY. Jej almanach *Twórcy dzieciom 1990—2005* zawiera nazwiska 46 pisarzy wyróżnionych na rynku polskiej książki dla dzieci i młodzieży. Są wśród nich między innymi Liliana Bardijewska, Grażyna Bąkiewicz, Paweł Beręsewicz, Ewa Grętkiewicz, Roksana Jędrzejewska-Wróbel, Katarzyna Kotowska, Maria Ewa Letki, Jarosław Mikołajewski, Anna Onichimowska, Ewa Przybylska, Dorota Terakowska, Jan Twardowski, Wojciech Widłak i Maciej Wojtyszko⁷². Trzydzieści nagrodzonych oficyn — za jakość merytoryczną i formalną publikowanych tekstów — to głównie wydawnictwa „lilipucie”⁷³.

Literatura światowa, transponowana na polski rynek w minionym dziesięcioleciu, nie dorównuje osiągnięciom rodzimej literatury ostatnich lat. Książki wyrosłe z założeń antypedagogiki, oparte na „łamaniu konwencji”, schlebające niezbyt wyrafinowanym gustom cieszą się niesłabnącym powodzeniem⁷⁴. Mowa o seriach Strrrasna Historia i Monstrrrualna Edycja Wydawnictwa Egmont Polska, cyklach przygód *Koszmarne Karolka* Franceski Simon („Znak”), *Mateuszka* Elviry Lindo, *Mikołajka* René Gościnnego i Jeana-Jacquesa Sempego („Nasza Księgarnia”), książkach Pete Johnsona *Jak wychować sobie rodziców* oraz *Nie dajmy się dorosłym* („Amber”) czy bardziej ambitnych Roalda Dahla *Matylda*, *Fleje* (Zysk i spółka). Przekłady tzw. literatury dla nastolatków to seria Meg Cabot *Pamiętnik Księżniczki* („Amber”), Justina Sompera *Wampiraci* i Vincenta Chalvon-Demersay *Odłotowe agentki* („Nasza Księgarnia”). Specjalizujące się w literaturze fantastyczno-naukowej wydawnictwo „Mag” zaszczyliło czytelnika tekstami parodiującymi twórczość J.K. Rowling: *Barry Trotter* Michaela Gerbera i *Eragonem* nastoletniego Christophera Paoliniego. W pogranicze horroru, sensacji i fantasy wpisują się serie Toma B. Stone’a *Szkoła przy Cmentarzu* (Wydawnictwo „Da Capo”) oraz Lemony Snicketa *Seria Niefortunnych Zdarzeń* (Egmont Polska). Na tak wypeł-

⁷⁰ W opracowaniu G. Kasdepke ukazały się m.in.: *Śpiąca królewna*. Warszawa 2005; *Kopciuszek*. Warszawa 2005; *Kot w butach*. Warszawa 2005.

⁷¹ M. Gwadera: *Znane, na nowo opowiedziane*. „Guliwer” 2005, nr 1, s. 83.

⁷² *Twórcy dzieciom 1990—2005...*, s. 37.

⁷³ *Ibidem*, s. 154—155.

⁷⁴ Problematykę przekładów porusza I. Socha: *Polskie przekłady dla dzieci i młodzieży w latach 90*. W: *Kultura literacka dzieci i młodzieży u progu XXI stulecia...*, s. 205—215. Zob. też. B. Staniów: *Z uśmiechem przez wszystkie granice. Recepcja wydawnicza przekładów polskiej książki dla dzieci i młodzieży w latach 1945—1989*. Wrocław 2006.

nionym firmamencie jaśniej między innymi *Oskar i pani Róża* Erica Emmanuela Schmitta („Znak”), *Joshuy Mowlla Operacja czerwone Jerycho* („Muchomor”), cykl o przygodach Martynki Gilberta Delahaye (w znakomitym przekładzie Wandy Chotomskiej), seria o Franklinie Paulette Bourgeois i Brendy Clark („Debit”) oraz cykl książek o Żabce Maxa Velthuijsa („Wilga”).

Forma edytorska, a więc szata graficzna, w tym ilustracje, są w książce dziecięcej integralną częścią przekazu literackiego, komplementarną wobec tekstu i równie ważną. Oceny stanu polskiego rynku wydawnictw literatury „osobnej” dokonała Krystyna Lipka-Sztarbałło pisząc: „Pierwsze 10 lat po roku 1989 źle zapisało się w historii polskiej ilustrowanej książki dla dzieci. Powstanie wolnego rynku spowodowało wyparcie książki świadomie kreującej wartości artystyczne i edukacyjne na rzecz książki dla dzieci, której jedynym zadaniem był sukces handlowy. Według handlowców [...] dobrej sprzedaży miała sprzyjać ilustracja o agresywnej, ponad miarę absorbującej uwagę kolorystyce (wesola), powtarzająca schematy stylistyczne (urocze) niezależnie od tematu książki, nazwiska ilustratora i wieku czytelnika, zbliżona w swojej estetyce do disneyowskich filmów animowanych (śliczne)”⁷⁵. Lata 2000—2005 przyniosły znaczące zmiany, tak że hasło „dobra ilustracja” stało się znowu bardziej czytelne⁷⁶. Wśród 31 ilustratorów współczesnej polskiej książki dziecięcej, uwzględnionych w almanachu IBBY, odnajdujemy między innymi: Agnieszkę Żelewską, Elżbietę Wasiuczyńską, Pawła Pawlaka, Grażynę Lange, Joannę Jung, Iwonę Chmielewską, Marcina Bruchnalskiego, a ponadto uznane już autorytety: Józefa Wilkonias, Janusza Stannego, Olę Siemaszko, Adama Kiliana, Bohdana Butenkę. Zwraca uwagę fakt, iż wyróżnione w tej dziedzinie przez PS IBBY wydawnictwa to, oprócz głównych zwycięzców — oficyn „lilipucich”, między innymi „Nasza Księgarnia”, „Literatura”, „Siedmioróg” i „Skrzat”, a więc średnie firmy wydawnicze⁷⁷.

Przedstawiona próba charakterystyki polskiego rynku książki literatury „osobnej” z całą pewnością nie wyczerpuje problemu. Pozwala jednak na dokonanie pewnych generalizacji i wypuklenie najbardziej istotnych trendów w omawianej dziedzinie. W rozwoju polskiego rynku książki dla dzieci i młodzieży po 1989 roku zauważalny jest zasadniczy przełom. Pierwsze lata po zmianach ustrojowych przyniosły ogromny wzrost liczby wydawnictw, aż do pewnego nasycenia rynku, przez co najmniej 10 lat (1992—2002). Okres ten obfitował w zjawiska pozytywne (poprawa jakości wydawanych książek — jej postaci fizycznej, nieograniczone nakłady poszukiwanych edycji literatury pięknej i popularnonaukowej), jak rów-

⁷⁵ K. Lipka-Sztarbałło: *Co za nami, co przed nami? Polska książka ilustrowana ostatniego piętnastolecia*. „Guliwer” 2007, nr 1, s. 28. O szacie graficznej piszą również M. Zając: *Nurty i style w edytorstwie książki dziecięcej*. W: *Książka dziecięca 1990—2005...*, s. 163—175; G. Leszczyński: *Magiczna biblioteka. Zbójcekie księgi młodego wieku...*, s. 148; Idem: *Literatura i książka dziecięca. Słowo — obieg — konteksty*. Warszawa 2003, s. 79—83.

⁷⁶ Ibidem, s. 29.

⁷⁷ *Twórcy dzieciom 1990—2005...*, s. 63, 154—155.

niez negatywne (obniżenie jakości artystycznej tekstu i ilustracji, brak debiutów nowych twórców). Pierwszy etap, charakteryzowany głównie przez zastój i inercję oraz hołdowanie najniższemu gustowi, zakończył się, według Michała Zająca, w pierwszych latach nowego stulecia. Przyczyn ewolucji upatruje badacz w kilku wydarzeniach, do których zalicza między innymi długofalowy efekt sukcesu cyklu o Harrym Potterze, działania „Ezopa”, pierwszego z wydawnictw „lilipucich” wprowadzających na rynek literaturę ambitną dla niedorosłych, dramatyczny w tym okresie spadek przychodów wydawnictwa Egmont Polska jako sygnał wypalenia się pewnego pomysłu edytorskiego⁷⁸. Niewątpliwie najważniejszym symptomem przemian jest zaistnienie na polskim rynku oferty książek ambitnych, kierowanych do elitarnej grupy odbiorców, ale wyznaczających również pewne standardy ogólne. Szczególne zasługi mają na tym polu wydawnictwa „lilipucie”. Książka nie przystaje być przede wszystkim towarem, ale jako produkt rynkowy podlega ocenie jakościowej i formalnej. Analiza nakładów i wyników sprzedaży firm działających w sektorze książki dziecięcej i młodzieżowej upoważnia do wniosku o jej wysokiej pozycji na polskim rynku wydawniczym. Potwierdzenie w badaniach znajduje również przekonanie o niesłabnącym popycie na pozycje klasyczne, „lektury dzieciństwa” współczesnych nabywców tego segmentu publikacji. Wprawdzie wpływ świata mediów na kształt i recepcję czytelniczą literatury dziecięcej jest znaczny⁷⁹, a wśród przekładów przeważają translacje o niskim poziomie artystycznym oraz adaptacje nad tekstami oryginalnymi⁸⁰, niemniej „tradycyjnie, co najmniej od trzydziestu lat, dużą popularnością cieszą się książki Małgorzaty Musierowicz i Krystyny Siesickiej. Nowe serie powieści dla nastoletnich dziewcząt [...], nawet popularna w wielu krajach Meg Cabot nie zaistniała na tak szeroką skalę — najwyraźniej polskie dziewczyny wolą prozę rodzimych autorów”⁸¹. Perspektywy zmian pozytywne w zakresie książki dla dzieci i młodzieży łączą się ściśle z instytucjami wspierającymi jej obieg⁸², ewentualnych zagrożeń upatruje się w sytuacji ekonomicznej społeczeństwa oraz znacznym spadku liczby ludności, jednak prognozy Biblioteki Analiz wyraźnie wskazują, że „rynek książki dziecięcej będzie się rozwijał pomimo niekorzystnych trendów demograficznych”⁸³.

⁷⁸ M. Zając: *Książka dla dzieci — jest lepiej!*..., s. 34—35.

⁷⁹ Zob. J. Papużyńska: *Wpływ świata mediów na kształt książki dziecięcej i style jej odbioru*. W: *Książka dziecięca 1990—2005*..., s. 13—30; K. Kossakowska-Jarosz: *Wzorce kultury masowej w książce dla dzieci*. W: *Książka dziecięca 1990—2005*..., s. 32—54.

⁸⁰ I. Socha: *Polskie przekłady dla dzieci i młodzieży*..., s. 214.

⁸¹ Ł. Gołębiowski: *Rynek książki w Polsce 2007*. Cz. 1..., s. 101.

⁸² Zob. M. Zając: *Raport o książce dla dzieci i młodzieży*. Warszawa 2002, s. 31—32. Chodzi tu o instytucje i działania takie, jak akcja Fundacji ABC XXI „Cała Polska czyta dzieciom”, targi książki dziecięcej, inicjatywy opracowania kanonu książki dla dzieci i młodzieży i in. Temat ten zostanie podjęty w odrębnym szkicu.

⁸³ Ł. Gołębiowski: *Rynek książki w Polsce 2006*. Cz. 1..., s. 101.